

Gestión de clientes online y Marketing Mix

Duración: 60 h

Objetivos

Esta formación se centra en adquirir conocimientos clave sobre comercio electrónico y marketing digital para gestionar autónomamente empresas, especialmente para administrativos y técnicos comerciales. Se comprende el rol transformador de las nuevas tecnologías desde el producto hasta el cliente final, junto con las características esenciales del e-commerce y conceptos básicos del marketing-mix. Además, se profundiza en estudios de publicidad online, transacciones seguras y medios de pago digitales, así como el papel crítico del CRM en la optimización empresarial.

TEMARIO

Unidad 1. Del producto al cliente

Transformación de mercados, productos, medios, tecnologías

Las repercusiones para el marketing, producto, precio, distribución y comunicación

La personalización de las herramientas del marketing

Competir según el servicio y el valor añadido

Hacia una comunidad de clientes

Los protocolos y lenguajes de internet

Perfil del usuario de internet

Internet como medio de comunicación, sus usos y abusos

Unidad 2. Comercio electrónico

Conocimiento del medio virtual

Actividades y actores del e-Commerce

Instrumentos de comercio y seguridad

Unidad 3. Marketing-mix en internet

Decisiones de producto, precio y comunicación en internet

Marketing directo

Distribución

Unidad 4. Publicidad online

Plan estratégico de comunicación y branding

Campañas, actuaciones y mensajes: distintos modelos

Gestión externa: instrumentos (agencias, AdWords)

Recursos 2.0: blogs

Recursos 2.0: redes sociales

Recursos 2.0: portales colaborativos

Unidad 5. Medios de pago y transacciones seguras

Medios de pago no bancarios

Medios de pago bancarios tradicionales

Medios de pago bancarios específicamente desarrollados para los nuevos canales digitales interactivos

Evolución de los medios de pago

Unidad 6. Gestión de clientes

Gestión online de clientes: características específicas

Clasificación y tipologías

Software CRM